



VELTINS

Trotz Beschaffungskrise bestes Halbjahres-Ergebnis

Pils und Pülleken pulsieren: Lust aufs Bier lässt Veltins im ersten Halbjahr um 10,1% wachsen

- **Privatbrauerei wächst doppelt so stark wie der Markt**
- **Verbraucher-Liebling: Pülleken legt um 24,9 % zu**
- **Keine Prognose: Zweites Halbjahr bleibt unwägbar**

Mit einem Ausstoßwachstum von 10,1 % hat die Brauerei C. & A. Veltins, Meschede-Grevenstein, den Rückenwind der auslaufenden Pandemie und die stabile Verbrauchernachfrage in Handel und Gastronomie genutzt, um ihren dynamischen Wachstumskurs fortzusetzen. „Die Lust auf Bier ist ungebrochen und wieder allerorts möglich – der Markt kehrt langsam zu gewohntem Verhalten zurück“, sagte Veltins-Generalbevollmächtigter Michael Huber bei der Vorstellung der Halbjahresbilanz. Der Sauerländer Traditionsbrauer konnte in den ersten sechs Monaten mit einem Ausstoß von 1,71 Mio. hl damit doppelt so stark zulegen wie der Gesamtmarkt. „Ungeachtet des schwierigen Beschaffungsmarktes haben wir ein Allzeithoch erreicht. Noch nie wurde in der Brauereigeschichte innerhalb eines halben Jahres so viel Bier gebraut“, so Huber weiter. Die erfreuliche Verbrauchernachfrage nach dem etablierten Markenmix habe bereits im März und Mai dazu geführt, dass die Privatbrauerei die ausstoßstärksten Monate ihrer bald 200-jährigen Geschichte bilanzierte. Vor allem die Tatsache, dass zu keinem Zeitpunkt die Lust aufs Bier gemindert war, hält Veltins für ein erfreuliches Signal für eine solide Marktverankerung. So konnten die Marken Veltins und Pülleken im ersten Halbjahr sogar zweistellig wachsen.

Zuversicht in der Gastronomie und bei Events von Gästen belohnt

Während der deutsche Biermarkt im ersten Halbjahr angesichts der schwungvollen Rückkehr des Fassbieregeschäfts rund 5 % zulegen wird, bewegte sich die Brauerei C. & A. Veltins erneut über Marktniveau. Nach Veltins-Einschätzung wünschen sich die Verbraucher verlässliche, traditions-



VELTINS

reiche Marken mit regionaler Ausstrahlung, die ihnen in unsicheren Zeiten qualitätvollen Genuss und ein gutes Lebensgefühl vermitteln. So konnte die Marke Veltins um 12,7 % auf 1,26 Mio. hl und das helle Pülleken um 24,9 % auf 124.000 hl zulegen, während die Marke Grevensteiner im wettbewerbsintensiven Spezialitätensegment um -15,2 % einbüßte. Der Biermix V+ konnte um 3,3 %, die alkoholfreie Fassbrause-Range um 5,6 % wachsen. Angesichts des letztjährigen Lockdowns in der Gastronomie kehrte das Fassbiergeschäft mit schnellen Schritten zu gewohnter Stabilität zurück. „Wir haben nach den Marktverlusten der Pandemie mit 77 % des Fassbiervolumens von 2019 eine straffe Aufholjagd hingelegt“, sagte Dr. Volker Kuhl, Geschäftsführer Marketing und Vertrieb der Brauerei C. & A. Veltins. Im ersten Halbjahr füllte das Traditionsunternehmen 194.000 hl im Fass ab und geht von einer weitreichenden Erholung bis 2023 aus. Insgesamt entwickelten sich die beiden Vertriebskanäle Gastronomie und Handel erwartungsgemäß unterschiedlich. Gerade mit Beginn des zweiten Quartals und damit rechtzeitig zum Frühlings- und Sommergeschäft war das Gastronomie- und Veranstaltungsgeschäft wieder angesprungen. „Die Zuversicht aller Marktbeteiligten wurde von der vielerorts begeisterten Resonanz der Gäste, die die Pandemie endlich hinter sich lassen wollten, belohnt“, so Dr. Kuhl. „Das gute Festwetter an Wochenenden und der Wunsch der Menschen nach Begegnung hat uns bis zur Jahresmitte solide getragen.“ Die Gastronomie leide zwar immer noch unter den Personalschwierigkeiten und habe zusätzlich auch mit erheblich höheren Betriebs- und Beschaffungskosten zu kämpfen, doch die Gäste hätten die Preisaufschläge auf den Speisekarten verständnisvoll zur Kenntnis genommen.

Rückkehr des Ausgehverhaltens geht am Handel nicht spurlos vorbei

Im nationalen Handel hingegen habe das gesamte Getränkesortiment erwartungsgemäß Absatzeinbußen von rund -5 % hinnehmen müssen, weil die Verbraucher statt zu Hause wieder mehr unterwegs gewesen seien. Die pandemiebedingte Zuwendung hin zur Sortenvielfalt führe jetzt dazu, dass es angesichts der Mengeneinbußen im ersten Halbjahr keine sichtbaren Sortengewinner gebe. „Mit dieser Entwicklung und Harmonisierung der Absätze in beiden Vertriebskanälen war von Anfang an zu rechnen. Wir haben des-



VELTINS

halb auch während der Pandemie keine Schwerpunkte gesetzt, sondern die Marktbearbeitung in Gastronomie und Handel mit aller Kraft und Gleichmäßigkeit fortgesetzt“, fügte der Geschäftsführer Marketing/Vertrieb der Brauerei C. & A. Veltins hinzu.

Weitreichende Vorkehrungen für ausfallende Gasbelieferung getroffen

Für das zweite Halbjahr sei angesichts der unsicheren Gasversorgung keine konkrete Prognose möglich, schränkte Veltins-Generalbevollmächtigter Michael Huber ein. Das Unternehmen hat allerdings weitreichende Vorsorge getroffen, dass man über längere Dauer eine Produktions- und Versorgungssicherheit gewährleisten kann. „Wir haben angesichts unsicherer Lieferketten die Bevorratung von Neuglas, Paletten, Etiketten und Leim vorangetrieben und dazu sogar noch Lagerflächen angemietet“, so Huber weiter. Dazu wurden Mittel von 30 Mio. Euro vorgezogen bereitgestellt. Um bei einer eingeschränkten Gasversorgung den Braubetrieb aufrechtzuerhalten, seien entsprechend der Empfehlung der Bundesnetzagentur vorsichtshalber Vorkehrungen getroffen worden, um innerhalb weniger Stunden im Kesselhaus von Gas- auf Heizölbefuerung umzustellen, sodass im Sudhaus ohne Unterbrechung weitergebraut werden könne. Eigens dazu wurden entsprechende Tankkapazitäten aufgebaut.

Veltins will stabilen Wachstumsweg weiter fortsetzen

Nach Veltins-Einschätzung werde man die Folgen der Pandemie schneller hinter sich lassen als die Auswirkungen der Energiekrise, die ein „unseliger Inflationstreiber“ sei und noch für einen Nachhall sorgen könne. „Wir lassen uns aber nicht aus der Ruhe bringen, unseren stabilen Wachstumsweg fortzusetzen“, ist Michael Huber überzeugt. In den letzten Jahren war es der Familienbrauerei gelungen, mit erfolgreichen Produkteinführungen wie dem hellen Pülleken den Geschmack und Zeitgeist der Verbraucher zu treffen. „So etwas gelingt nur mit Mut und nicht mit der Überdehnung einer einzelnen Marke“, so der Veltins-Generalbevollmächtigte. „Der nahtlose Übergang von der ersten Pandemiekrise in die zweite Energiekrise bleibt zwar unwägbar, lässt sich aber mit unternehmerischem Geschick und Augenmaß meistern!“



VELTINS

Angesichts wachsender Verbrauchersensibilität steht für die Brauerei in absehbarer Zeit eine Preiserhöhung nicht auf der Agenda. „Wir wollen unsere Markenfreunde nicht überfordern, sondern müssen in dieser schwierigen Marktphase erneut zurückstecken, solange es wirtschaftlich vertretbar ist“, merkte der Veltins-Generalbevollmächtigte an. Die Brauerei C. & A. Veltins sieht sich auch angesichts der jüngsten Wachstumsentwicklung unverändert stabil und ertragsstark aufgestellt. Die Investitionen laufen nach Plan, sodass die erste von zwei neuen Abfüllanlagen noch im Sommer ans Netz geht. Bis zum Jubiläumsjahr 2024 wird Veltins für rund 100 Mio. Euro ein neues Abfüllzentrum für Flaschenbier fertiggestellt haben.

Ansprechpartner

Ulrich Biene, Telefon: 02934 – 959 325, ulrich.biene@veltins.de

Weitere [Informationen der Brauerei C. & A. Veltins](#) sowie eine [Foto-Download-Option](#) im Internet verfügbar:

www.bierpresse.de, www.veltins.de, www.vplus.de